

Я Реклама

Аукцион GSP



Цель и задачи урока

Цель урока

Узнать, что такое GSP-аукцион и где он применяется в Директе

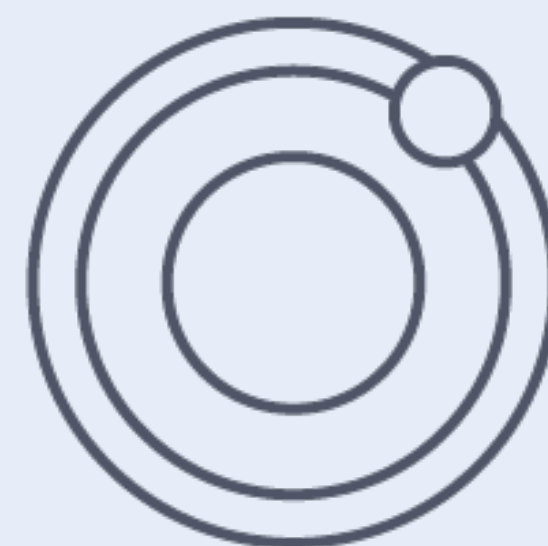
Задачи урока

- Разобраться, как работает аукцион в Директе
- Узнать, что такое GSP-аукцион и где он применяется
- Изучить основные показатели аукциона
- Научится просчитывать фактическую цену клика в рамках этого аукциона
- Узнать, как другие показатели влияют на ставку

Торги в диджитал-рекламе



Аукцион — это торги, во время которых покупатели могут только повышать цену, которую они готовы заплатить за товар. В результате товар продается по максимально возможной цене.



В рекламной системе Яндекса при выборе, какое объявление будет показано и насколько высоко, тоже используется аукцион

GSP-аукцион

(Generalized Second Price)

Работает для второй и последующих страниц поисковой выдачи, страницы «Все объявления», тематических площадок РСЯ и внешних сетей

GSP-аукцион — классический аукцион второй цены



Основные показатели аукциона

Аукцион в Яндекс Директе

Основные показатели объявлений, которые оцениваются в аукционе в Яндекс Директе:

- о Ставки
- о Коэффициент качества
- о Прогноз CTR для конкретного показа

В блок попадает объявление с лучшим сочетанием показателей.

В примерах принимается факт, что показатель качества и прогнозный CTR будут одинаковыми



01

Пример работы
GSP-аукциона?

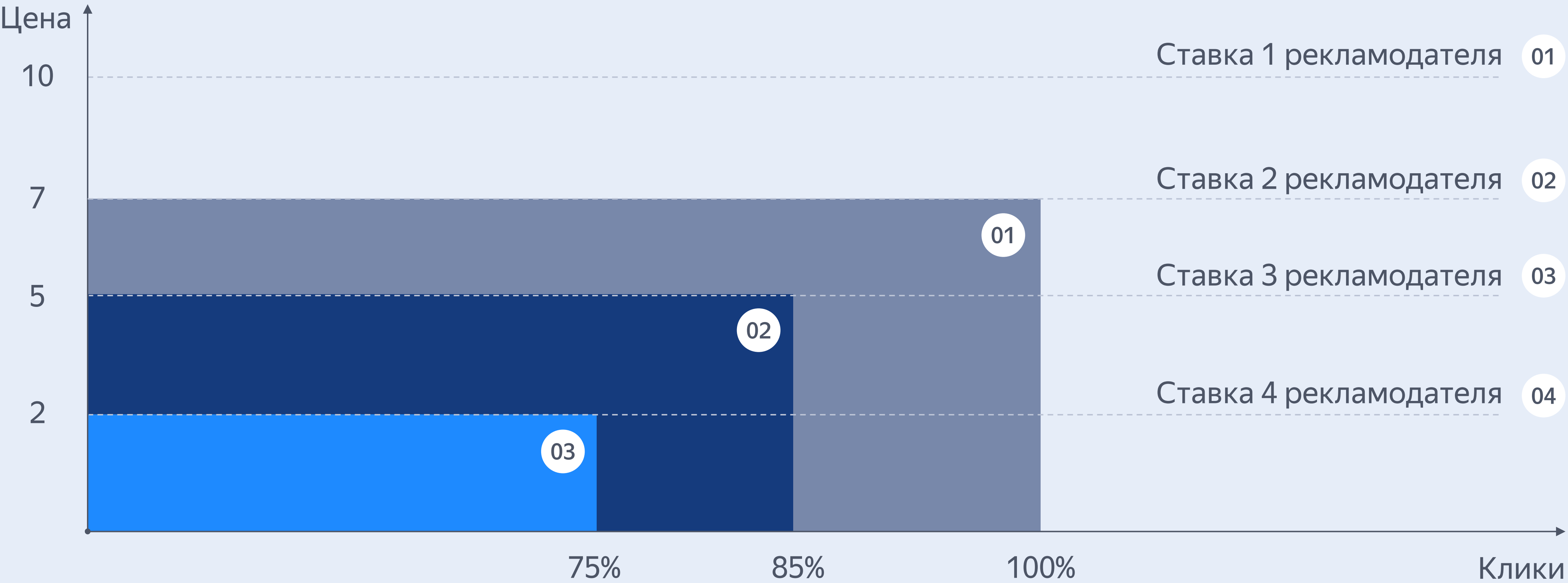
GSP-аукцион

Правила GSP-аукциона используются для определения списываемой цены клика в блоках Поиска Яндекса начиная со второй страницы, на странице «Все объявления», на тематических площадках РСЯ и во внешних сетях. Списываемая цена клика определяется по ставке ближайшего конкурента.

Четыре рекламодателя конкурируют за показ в блоке динамических показов, их ставки по ключевой фразе равны 10, 7, 5 и 2 ₽, коэффициенты качества и прогнозы CTR объявлений совпадают. Исследования показывают, что первая позиция приносит максимальный трафик, а вторая и третья — 85 и 75% от максимального трафика соответственно

- 1 Первый рекламодатель будет размещен на первой позиции. Он получит максимально возможный трафик для своего объявления по этому запросу. Стоимость каждого клика для него составит 7 ₽
- 2 Второй рекламодатель получит 85% от максимально возможного для себя трафика по цене 5 ₽ за клик
- 3 Третий рекламодатель получит трафик по минимальной цене в 2 ₽ за клик, но при этом объявление получит 75% от максимально возможного трафика для его объявления по этому запросу

GSP-аукцион



Пример №2

Позиция	Ставка (₽)	Фактическая цена клика (₽)	Расход (₽)
Рекламодатель 1	20	15	$15 \times 100 = 1500$
Рекламодатель 2	15	8	$8 \times 85 = 680$
Рекламодатель 3	8	5	$5 \times 75 = 375$
Рекламодатель 4	5		

02

Минус GSP-аукциона

Подпорки

Позиция	Ставка (₽)	Фактическая цена клика (₽)
Рекламодатель 1	100	10
Рекламодатель 2	10	5
Рекламодатель 3	5	2
Рекламодатель 4	2	

Подпорки

Позиция	Ставка (₽)	Фактическая цена клика (₽)
Рекламодатель 1	100	95
Рекламодатель 2	95	5
Рекламодатель 3	5	2
Рекламодатель 4	2	

GSP-аукцион

! Основная проблема аукциона второй цены:

- Не всегда высокая ставка окупается
- Зависим от конкурентов (можно использовать подпорки)

Запомните

Вам не нужно просчитывать, какое место займет ваше объявление, так как в алгоритмах Яндекс Директа есть неизвестные переменные, например действия других рекламодателей. Ставка — далеко не единственный критерий.

Повышайте качество своей рекламы: используйте все возможные расширения и следите за соответствием текста объявления и посадочной страницы ключевому слову

Выводы

- о Узнали, как проходят торги в интернет-рекламе
- о Поняли, что такое GSP-аукцион и где он применяется
- о Рассмотрели основные показатели аукциона
- о Научились просчитывать фактическую цену клика в рамках этого аукциона
- о Узнали, как другие показатели влияют на ставку

